

Обчисливши коефіцієнти a_k із системи рівнянь (31), (32), отримаємо вираз функції $\varphi_*(\zeta)$, а далі функцію $\varphi(\zeta)$ за формули (9).

Згідно з формулою [7]

$$\sigma_{\theta j} = 4 \operatorname{Re} \left[\frac{\varphi'_j(\sigma_j)}{\omega'(\sigma_j)} \right], \quad (33)$$

знаходимо розподіл напружень на зовнішньому та внутрішньому контурах досліджуваного об'єкта.

Висновки

Запропонований шлях дослідження напружено-деформівного стану пластинчастих елементів у вигляді двозв'язної області дає змогу отримати розв'язок, виражений в аналітичному вигляді порівняно з числовими методами, що дає змогу змінюючи конформно перетворюючу функцію, отримати розв'язок для такого типу областей. Точність отриманого результату розв'язання залежить від кількості вибраних рівнянь системи (31) і (32), а також – від кількості членів функції $\varphi_*(\zeta)$. Запропонований підхід до розв'язання таких задач має певні переваги над числовим (аналітичність, загальність, врахування будь-якого навантаження тощо), але є все ж таки наближеним, оскільки побудована конформно відображна функція є многочленом і може не давати точного відтворення контура фізичної області, система рівнянь не є скінченною.

Література

1. Саврук М.П. Двумерные задачи упругости для тел с трещинами. – К.: Наук. думка, 1981. – 324 с.
2. Саврук М.П. Коэффициенты интенсивности напряжений в телах с трещинами. – К.: Наук. думка, 1988. – 620 с.
3. Саврук М.П., Осив П.Н., Прокопчук И.В. Численный анализ в плоских задачах теории трещин. – К.: Наук. думка, 1989. – 248 с.
4. Стащук Н.Г. Задачи механики упругих тел с трещиноподобными дефектами. – К.: Наук. думка, 1993. – 359 с.
5. Божедарнік В.В., Максимович О.В. Пружна та гранична рівновага анізотропних пластинок з отворами і тріщинами. – Луцьк: ЛДТУ, 2003. – 240 с.
6. Мухелишвили Н.И. Некоторые основные задачи математической теории упругости. – М.: Наука, 1966. – 707 с.
7. Савин Г.Н. Распределение напряжений около отверстий. – К.: Наук. думка, 1968. – 887 с.

УДК 330.

Ст. викл. Г.А. Лех, канд. екон. наук;
доц. І.В. Стасюк, канд. екон. наук – УкрДЛТУ

ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Відомо, що будь-яка людина може брати участь у сфері зайнятості і створювати матеріальні цінності, працюючи безпосередньо у домашньому господарстві. У цій особливій сфері сконцентровано велику кількість людей, які виробляють вагому частку продуктів і послуг. Досліджуються особливості та закономірності розвитку сімейного бізнесу в Україні та за рубежом.

Senior teacher G.A. Leh; doc. I.V. Stasyuk – USUFWT

Conformities to the law of development of domestic business in Ukraine and abroad

It is known, that any man can take part in the field of employment and create material values, working in the household directly. In this special sphere a plenty of people which produce the ponderable stake of products and services is concentrated. Features and conformities to the law of development of domestic business in Ukraine and abroad are explored.

Розвиток сімейного бізнесу має свої характерні ознаки у різних країнах світу. Проте, характерною особливістю його є те, що уже з 60 – 80-х років він починає розвиватись досить швидкими темпами. Дана тенденція заслуговує на особливу увагу, оскільки розкриває важливі зрушення у розвитку проблем саме сімейного бізнесу як в Україні, так і за кордоном.

Розвиток дрібного підприємництва забезпечується українським законодавством, за яким кожна людина має право займатися будь-якою економічною діяльністю у межах законів. Людина може приймати участь у сфері зайнятості і створювати матеріальні цінності, працюючи, наприклад, безпосередньо у домашньому господарстві. У цій особливій сфері господарювання на даний час сконцентровано велику кількість людей, які виробляють вагому частку продуктів і надають значні послуги у будь-якому суспільстві.

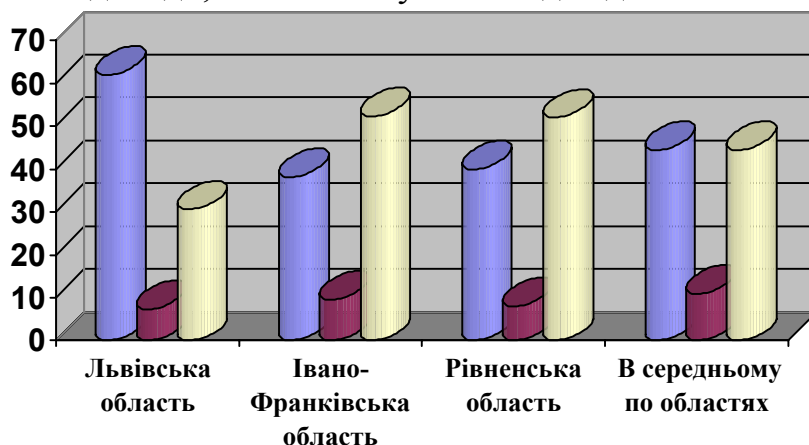
Вибір виду підприємницької діяльності залежить у багатьох випадках від індивідуального ведення сімейного господарства. А вибір організаційно-правової форми організації бізнесу господарства здійснюють у межах існуючого національного законодавства.

Важко переоцінити важливість сімейного бізнесу для економіки багатьох держав, зокрема Латинської Америки і Карибського басейну, Італії, Німеччини. Так, економіка Італії і багатьох інших розвинутих країн Європи тримається в основному на дрібному і середньому бізнесі. Більшість промислових товарів і продуктів харчування, які продаються на наших ринках вироблені невеликими фірмами з Апенін, насамперед з провінції Ломбардія (адміністративний центр – Мілан). Загалом в Італії діє біля 3,5 млн. дрібних і середніх підприємств. Багато є ремісничих фірм, на яких працює велика кількість сімей, а їхня справа передається з покоління в покоління. На такі сімейні фірми припадає більше, ніж 18 % італійського експорту [1].

Однією з причин розвитку сімейного бізнесу у всьому світі є зростаюча кількість жінок, які прагнуть поєднувати кар'єру і виховання дітей. Багато жінок створюють свої невеликі фірми завдяки своїй енергії, добрим знанням, бажанню самореалізуватись, починають відкривати приватні освітні центри, невеликі підприємства, які надають консультативні, бухгалтерські, юридичні, маркетингові і рекламні послуги. Так, в Україні на початку 90-х років деякі сім'ї виступили на ринку праці як виробники предметів народних промислів, ремісничих виробів. В Україні виданий Закон "Про народні художні промисли", який регулює правові, організаційні та економічні відносини у галузі народних художніх промислів. Він спрямований на охорону, відродження, збереження та розвиток народних художніх промислів [2].

У межах сімейного бізнесу існує так званий "надомний" бізнес, який не бажано сприймати буквально. Безумовно, є види діяльності, які можна виконувати тільки вдома, але і є такі, де робота тільки частково виконується вдома, але вона є основною. Тут доцільно згадати досвід організації роботи у високотехнологічних фірмах Сіліконової долини, а також досвід великого мультиплікатора Уолта Діснея, який починав знімати хвилинні ролики у своєму гаражі, а перший автомобіль Форда зібрано також у домашніх умовах Фордом та його знайомими; а власник комп'ютерної системи "Майкрософт" Білл Гейтс взагалі започаткував свій шлях до створення могутньої компанії за монітором власного і далеко не найкращого комп'ютера. Таким чином, "надомний" бізнес є базовою ланкою для розвитку будь-якого виду сімейної діяльності.

Ми сприймаємо сімейний бізнес досить у вузькому розумінні, згадуючи, що вдома можна займатись прибиранням, в'язанням, шиттям, а у кращому випадку пошиттям взуття. Проте науково-технічний прогрес дав можливість розширити організацію домашньої роботи. Якщо проаналізувати можливості "надомного" бізнесу, то можна знайти понад 200 різноманітних видів діяльності, більшість з яких є загальновідомими, це: і традиційний "надомний" бізнес, і побутове обслуговування, різноманітні види ремесел, художні послуги, ділові послуги, а також новітній винахід людства – комп'ютер. Власне, він дає змогу розвивати сферу домашнього бізнесу, збільшувати сімейну зайнятість. При його допомозі вдома можуть працювати бухгалтери, дизайнери, інженери, конструктори, наукові працівники. Саме комп'ютер дав змогу заробляти додаткові доходи, а також залучати людей до самостійного бізнесу.



■ Офіційні джерела доходів (заробітна плата, пенсія, стипендія тощо)

■ Доходи від реалізації с/г продукції

■ Неофіційні джерела доходів (надання різного роду послуг, неофіційні заробітки)

Рис. 1. Основні джерела доходів сімейних господарств

Стосовно основних джерел доходів сімейних господарств були проведені власні дослідження у Львівській, Івано-Франківській та Рівненській областях. Здійснене опитування показало, що значна частка доходів сімейних господарств припадає на неформальний сектор, тобто надання різного роду послуг, перепродаж товарів, автотранспортні перевезення та ін. Так, у Львівсь-

кій області ця частка становить 30,6 %, в Івано-Франківській області – 52,4 %, у Рівненській області – 52 % (див. рис. 1). Цікавим, на наш погляд, є також те, що, якщо у Львівській області все ж таки переважають офіційні джерела доходів (62 %), то в Івано-Франківській та Рівненській областях переважають неофіційні джерела (відповідно 52,4 % та 52 %) [3].

Проявами сімейного бізнесу в Україні є і такий вид діяльності, як "кіоскова торгівля", яка через свою гнучкість, мобільність малі початкові вкладення була чи не найбільш ранньою формою недержавної економіки. Мабуть тому деякі економісти вважали, що цей бізнес довго не буде існувати на ринку України. Проте, на щастя багатьох сімей, які мають основні доходи від цього бізнесу, так не сталося. Ростуть і розширюються ринки (як продуктові, так і промислові), відкриваються магазини, супермаркети, величезні "кеш-енд-кері", а "кіосковий бізнес" і далі існує, а подекуди навіть перемагає, оскільки 10 % усіх покупок (третє місце серед усіх форм торгівлі) і нині здійснюється саме у кіосках [4].

У цьому різновиді сімейного бізнесу відбуваються постійні зміни. Сім'я змушена чітко реагувати на попит споживача і тому у кіосках постійно змінюється асортимент товарів. Здебільшого це харчові товари. Бізнес можна вважати більш перспективним у місцях скупчення населення (це можуть бути станції метро, тролейбусні та трамвайні зупинки, місця біля навчальних закладів), тобто діє ефект мережі. Власники кіосків пропонують споживачам товари за зниженими цінами або цілодобове обслуговування. Вони, як правило, "підганяють" асортимент конкретного кіоску під попит за допомогою так званого "еквалайзера продажу". Останній є не що інше, як статистичний аналіз покупок та залишків товарів, який дає змогу за короткий час досягти практично ідеального для конкретного кіоску асортименту і запасів товару.

Сімейні господарства, які займалися "кіосковим" та "човниковим" бізнесом, були справжніми першопрохідцями вітчизняного недержавного бізнесу. На початку 90-х років, коли було дуже мало приватизованих магазинів, ці сімейні господарства зуміли заробити стартовий капітал на польських вояжах та інвестувати їх у кіоски.

Переваги таких інвестицій були очевидними, адже вклади, які робили сімейні господарства у цей бізнес, були невеликими, а оборот капіталу швидкий. Купуючи декілька кіосків у середньому по 500\$-800\$ за штуку та отримавши дозвіл на їх встановлення, вони отримували досить значні доходи. Різниця "кіоскових" цін та цін дрібногуртових ринків, на яких у ті часи майже не торгували, була у середньому 30 %, але налагодивши прямі поставки, її можна було довести і до 50 %.

На отримання високих доходів від кіоскового та "човникового" бізнесу вплинула інфляція. Власне, купуючи дрібнички (горілку, сигарети, пиво, жуйки, шоколад) у кіосках, споживачі тим самим підтримували цей нетрадиційний бізнес. Проте в червні 1996 року була прийнята постанова Кабміну України, згідно з якою для торгівлі спиртним треба було мати приміщення площею не менше 20 м² (а саме спиртне давало до 70 % виторгу). Це знизило доходи, але, як не дивно, цей різновид сімейного бізнесу все ж таки існує, де-

монструючи дивовижну здатність до виживання. І якщо деякі торгівельні точки зникають, то причиною цього, у першу чергу, є заборони місцевої влади.

Незважаючи на певні складності, "кіосковий" та "човниковий" бізнес, який належить сімейним господарствам, відіграє досить важливе значення для української економіки. У сьогоднішніх умовах він може дати роботу великій кількості безробітних. Крім цього багато сімей, які починали свій бізнес саме з "кіоскового" або "човникового", вже зараз створили інтернет-магазини. Ці магазини надають послуги населенню. У Києві є такі віртуальні магазини, як "Бамбук" та "Азбука". У більшості віртуальних магазинів складу немає, а якщо і є, то у ньому є дуже обмежений асортимент товарів, тоді як терміни доставки замовлень по Києву становлять 1-2 дні.

Починаючи з 2000 року, сімейний бізнес поволі починає трансформуватись. Створюються малі підприємства. Так, за попередніми підрахунками, у поточному 2004 році чисельність малих підприємств на Вінниччині перевищила 8 тисяч, а кількість суб'єктів підприємницької діяльності – фізичних осіб – 56 тисяч [5]. На фінансування програмних заходів розвитку малого підприємництва цього року порівняно з минулим роком місцеві бюджети спрямували коштів у півтора рази більше. А за підтримки є завжди і віддача: питома вага надходжень від малого бізнесу до місцевих бюджетів, зросла майже на 25 % [5].

Перспективним вважають малий бізнес і у Криму. Так, у сфері малого підприємництва зайнято 176 тис. чоловік, з яких 83 тис. – це так звані фізичні особи-підприємці. У цілому нині на 10 тисяч населення автономії припадає 69 малих підприємств [6]. Майже три чверті цих підприємств зосереджено у шести містах – Сімферополі, Ялті, Феодосії, Керчі, Євпаторії та Алушті. І тільки 19 % малих підприємств працюють у сільській місцевості Криму. Можна спрогнозувати, що позитивні тенденції матимуть продовження. Згодом, сподіваємось, фінансова підтримка малого бізнесу з боку держави зростатиме.

Література

1. Петров Г. Малий бізнес обогатил Италию// Малое предприятие. – 1999, № 8. – С. 20-21.
2. Закон України "Про народні художні промисли"// Голос України, 17 липня 2001 року, № 124 (2624). – С. 6.
3. Лех Г.А. Сімейні господарства в умовах ринкової трансформації економіки України/ Дис. канд. екон. наук. – 2003. – 196 с.
4. Ковалюк О.М., Лех Г.А., Реверчук С.К. Сімейні господарства України: принципи, механізми, перспективи. Навчальний посібник/ За ред. д-ра екон. наук, проф. С.К. Реверчука. – К.: Атіка, 2002. – 176 с.
5. Чабан О. У фазі стабільного відродження// Урядовий кур'єр від 23 грудня 2004, № 245. – С. 7.
6. Кулик О. Перспективи малого бізнесу Криму// Урядовий кур'єр від 23 грудня 2004, № 245. – С. 7.